

推多元「旅遊+」新措：國際IP+國潮 非遺+世遺 演唱會+酒店

澳門深度遊攬客 暑假入境復疫前

澳門暑假遊火熱，酒店入住率基本超過90%！據澳門旅遊局最新統計，今年前7個月入澳旅客近1,975萬人次，同比上升逾37%。相比7月份日均旅客近9.8萬人次，8月份以來日均旅客約12.4萬人次；8月第二個周六錄得約15.4萬人次，是今年暑假至目前的入澳單日旅客最高人次，基本恢復疫前2019年同期水平。其間，澳門政府部門攜手社區、社團及博企度假區等持續推出一系列「深度遊」攬客新措，涵蓋國際IP+國潮、非遺+世遺、室內演唱會、免費巴士遊及科學館等特色活動，讓遊客多方面體驗「旅遊+」樂趣。

◆文：香港文匯報記者 方俊明 珠海報道
圖：香港文匯報澳門傳真



◆今年前7個月入澳旅客近1,975萬人次，同比上升逾37%。圖為旅客在大三巴一帶遊玩。

進入暑假以來，珠港澳口岸客流量、車流量持續走高。據珠海邊檢總站最新數據，拱北口岸今年暑假以來出入境人員同比增長12%，經港珠澳大橋珠海口岸出入境的人員、車輛分別同比增長66%、76%。

小丸子主題展打卡點多

為搶攬暑假客流，澳門不斷優化旅遊服務和提升城市功能，從娛樂場到文化展示、玩樂設施，再到自然景觀等，均展現多元魅力，滿足不同年齡層旅客需求。「通過澳門旅遊局公眾號獲悉『櫻桃小丸子——國潮奇幻之旅』信息後，我第一時間赴澳。」廣東旅客吳小姐說，經典動漫主角結合資格、書生等國潮元素打造十多個場景及「打卡」熱點，逾100款主題紀念品亮相，吸引眾多旅客體驗及消費。

同時，澳門旅遊局持續透過資助計劃，鼓勵澳門社團舉辦多元化旅遊活動或項目，帶動社區經濟。受資助社團於8月份分別推出「古街講古·深度遊」、「關前遊記」、「中式廟宇遊歷之旅——澳

門線」及「『嘗非遺·遊世遺』傳統美食製作體驗營」等社區及美食活動。

逛古街 賞超跑 穿漢服

廣東旅客莫先生告訴記者，8月初曾參加澳門「古街講古·深度遊」，從多條古街探尋澳門世遺的歷史蹤跡，再登上觀景台飽覽舊城區獨特景色。他計劃8月下旬還將走訪澳門具代表性的中式文化古廟，包括大三巴哪吒廟、包公廟和呂祖仙院，並將在鄭家大屋體驗手工製作香餅，「這些行程很有澳門特色『韻味』」。

隨着演唱會在澳門爆發式增加，亦吸引越來越多旅客赴澳看演唱會、入住酒店過夜，加上周邊商品，消費動輒數千元。廣東旅客劉小姐坦言，澳門室內場館新穎、配套齊全及音效好，而且設有足夠洗手間，餐廳選擇多。「我今年都去看了張學友、陳慧琳等演唱會，室內場與歌手距離較近，並有機會與歌手握手，這也是澳門演唱會的吸引力。」

「澳門文旅活動越來越豐富多元，不僅有集裝30輛傳奇超級跑車的『超跑展』，還新設《蒼蘭訣》

VR沉浸式體驗館、漢服體驗區等，讓旅客感受到澳門的多元魅力。」廣東旅客鄭先生一家大小在澳門四天三晚，還到訪了澳門科學館，「館內科普教育元素不錯，且活動推陳出新」。

酒店入住率基本超九成

上半年澳門酒店場所平均入住率錄得88.5%，同比去年上升近11%，較疫情前的2019年同期僅差2.6%；而進入暑假的7月份酒店入住率基本超過90%。澳門酒店業界指出，正值暑假，澳門的三四星級酒店平日房價約千元，即使是五星酒店的價格亦較鄰近地區低，性價比高；預計暑假客房入住率達九成或以上。

「今年下半年澳門盛事活動多，相信旅客量會持續上升，全年有望達3,500萬人次。」澳門旅遊業議會有關負責人表示，澳門的交通、酒店及通關等均不斷優化迎合需求，包括澳門輕軌即將連接橫琴口岸的廣珠城軌、第四條跨海通道快將通車、酒店房間數量較2019年增加逾20%，整體接待力已恢復到疫前水平，有信心可應付龐大需求。

數據看入澳旅客變化

今年1月至7月，入澳旅客近1,975萬人次，同比上升逾37%

今年1月至7月，入澳的國際旅客超過130萬人次，按年增122%

今年1月至6月，澳門酒店場所平均入住率錄得88.5%，同比上升近11%；7月份酒店入住率基本超過90%

7月份，入澳旅客逾300萬人次，日均近9.8萬人次，同比增加近10%

8月1日至12日，入澳旅客超148萬人次，日均約12.4萬人次；8月10日單日最高15.4萬人次

整理：香港文匯報記者 方俊明

今年以來，澳門旅遊業復甦表現強勁，上半年旅客總消費同比升逾10%，較2019年同期增15%。而內地作為訪澳旅客第一大市場，廣東旅客佔到訪澳旅客逾三分之一，加上深中通道建成通車，有利於吸引更多旅客赴澳；隨着粵港澳大灣區一小時生活圈逐步成型，不少旅客不過夜，來得快走得也快。澳門如何留住毗鄰的廣東客源，並針對今年新增10個個人遊城市如何發掘外省客源市場潛力，需要多方協作更多主動作為。這或許也是香港業界亟待思考與解決的問題。

食玩買住跨界融合 為港提供經驗

「以大帶小」推動社區經濟

澳門今年到訪旅客增多，但客源相比疫前更趨年輕化，消費審慎成常態。商家需求變升級，不僅要求產品質量，更要講求創新、設計、營銷、服務等綜合實力。譬如，要了解消費群體的喜好及需求變化，以創新的思維革新經營模式。有澳門商戶便推出品牌聯乘，也有商戶引入科創元素，更有商戶推出個性化設計與服務，以擴大顧客層面。澳門政府相關部門也持續透過資助計劃，攜手社區、社團、大型博企等「以大帶小」，舉辦多元化旅遊活動、消費嘉年華等，以集合多方力量推動社區經濟。

文旅會展體育聯動發展

值得關注的是，今年上半年訪澳旅客人均消費較2019年同期升逾40%，會展旅客、觀看演出或賽事的旅客人均消費超出平均值一倍或以上，成為帶動澳門旅遊經濟的主力軍。除了會展商務活動頻繁舉行外，澳門密集舉辦演唱會、賽事等大型活動，並與旅遊、娛樂、餐飲、購物及酒店等元素深度融合，吸引大批旅客專程赴澳，從而帶動跨界的消費熱。為進一步擴大吸引高消費旅客，澳門還通過推出旅遊優惠政策、加強區域合作、提升旅遊服務質量等措施，不斷優化旅遊環境。接下來，澳門還將積極推廣作為會展及「演藝之都」的品牌形象，並瞄準建設體育之城，以吸引更多國際會議展覽、賽事及演出活動落戶澳門，豐富旅遊體驗。如何進一步推動旅遊與文化、會展、體育等產業聯動發展，實現提質增量，仍將是澳門乃至香港多方亟需研究的課題。

◆香港文匯報記者 方俊明



◆櫻桃小丸子——國潮奇幻之旅（澳門站）之「夢幻中式花園」。



◆澳門銀河《蒼蘭訣》VR沉浸式體驗館設有漢服體驗區。

澳門暑假部分攬客招式

- ◆澳門旅遊局資助社團於8月推出「古街講古·深度遊」、「關前遊記」、「中式廟宇遊歷之旅——澳門線」及「『嘗非遺·遊世遺』傳統美食製作體驗營」等社區及美食活動
- ◆澳門大賽車博物館「探索東望洋跑道」免費巴士遊活動於下半年的5個特定節日推出期間限定版，暑假設有免費巴士遊活動

- ◆「澳門銀河《蒼蘭訣》VR沉浸式體驗館」亮相，並設有漢服體驗區、VR全感劇場、周邊零售區、餐飲區和實景打卡區
- ◆「櫻桃小丸子——國潮奇幻之旅（澳門站）」展覽開展，打造11個場景及多個打卡熱點，以及全球首家限定小丸子國潮主題紀念品商店，展銷逾百款主題紀念品

整理：香港文匯報記者 方俊明

- ◆「2024永利臻典夢幻超跑展」持續至10月中旬，展出30輛總價值15億港元的傳奇超級跑車
- ◆「酷玩澳門」推出夏日賞福利。憑當天於全澳任何商戶單筆消費滿100澳門元或以上單據，及在各社區設置的酷玩澳門裝置打卡，上傳至個人社交媒體，免費兌換「麥麥」或澳門特色造型雪糕



◆「酷玩澳門——夏日賞福利」

旅客年輕化消費模式變 商戶新招迎合

特稿

暑假赴澳門旅客量趨增，旅客消費模式也在轉變。澳門不少手信店、餐飲店乃至流行時尚店紛紛創新招攬客。澳門旅遊業議會有關負責人坦言，目前旅客消費相對謹慎，要把客量轉化成消費力，必須迎合客人喜好。譬如手信店嘗試聯乘品牌卡通創作產品，藉此提升銷售額。時尚買手店也引入更多品牌，不斷提升消費者購物體驗，豐富消費選擇。

「暑假屬傳統旅遊旺季，但由於今年天氣持續炎熱、下雨等因素，旅客停留時間縮短，因此引客要不斷變化。」

社交平台宣傳 店面設打卡位

澳門一家手信商戶透露，為吸引旅客，該店增售瓶裝水與葡撻，店員也更主動向顧客介紹與試食產品，還會贈送小禮品以刺激購買慾。「目前在堅持做好口碑的同時，亦拓展網絡與社交平台的推廣宣傳，力爭為店舖增加更多客流」。

「針對訪澳客群趨年輕化，暑假期間新增分店並通過與卡通人物聯乘，打造主題店，推出新包裝產品，吸引不少客人到店『打卡』，人均消費額較之前平均增長近一倍。」澳門英記餅家工作人員說，隨着與卡

通人物聯乘奏效，計劃在不同區域開設新店，並定期推出新包裝，還將因應節日調整裝飾等，以帶給旅客新鮮感。

澳門流行時尚店THE BIG APPLE有關負責人表示，訪澳旅客如今更多追求消費體驗及氛圍，且旅客結構出現變化，年輕人潮流文化市場大。

目前該公司已擴至第6家分店，引進30至40個海內外品牌，包括內地原創設計品牌、海外潮流品牌等，貼合市場需求。此外，近期將與博企合作把海外藝術家作品展帶進澳門社區，為社區增加遊玩元素。



◆澳門英記餅家 Snoopy 主題店吸引不少客人到店「打卡」。網上圖片